



บทที่ 1

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปี 2540 นับเป็นปีที่ประเทศไทยเผชิญกับปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำถึงขั้นวิกฤต ส่งผลเป็นวงจรลูกโซ่ต่อระบบเศรษฐกิจและการเงินการคลังของประเทศ ที่พลอยได้รับผลกระทบและความเสียหาย ทำให้ทุกฝ่ายต้องหันมาร่วมมือร่วมใจหาทางแก้ไขกันอย่างจริงจัง โดยนโยบายหนึ่งที่คนไทยทุกคนจะสามารถช่วยประเทศชาติได้ในขณะนี้ก็คือ การช่วยกันประหยัดและลดการใช้จ่ายฟุ่มเฟือยในภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจนั่นเอง

นับตั้งแต่ปี 2538 ที่เผชิญปัญหาการชะลอตัวของเศรษฐกิจ อย่างที่ไม่คาดคิดมาก่อน ตั้งแต่การส่งออกของประเทศปรับตัวลดลงร้อยละ 0.2 ในปี 2537 และ 2538 ส่งผลให้การขยายตัวของเศรษฐกิจ ลดลงมาเป็นร้อยละ 6.4 ในปี 2539 จากอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่ร้อยละ 8.5 ในช่วงปี 2534 - 2538 และอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 11.2 ในปี 2533 นอกจากนี้ ปัญหาธนาคารกรุงเทพพาณิชย์การที่เกิดขึ้นก็นับเป็นส่วนหนึ่งที่จะสะท้อนปัญหาของระบบสถาบันการเงิน และเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนชาวต่างประเทศ ต่อเนื่องมาจนถึงปี 2540 ระบบเศรษฐกิจและการเงินของประเทศไทย ได้ประสบกับปัญหาที่เข้ามารุมเร้านับประการ ทั้งปัญหาของสถาบันการเงินที่ขาดสภาพคล่องจนไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ ปัญหาการโจมตีค่าเงินบาทในเดือนกุมภาพันธ์และพฤษภาคม 2540 การชะลอตัวของปริมาณเงินทุนไหลเข้าจากต่างประเทศ ปัญหาเงินตั้งตัวในระบบการเงินและการคลังในเดือนพฤษภาคม ต่อเนื่องมาจนถึงเดือนกรกฎาคม นอกจากนี้การส่งออกของประเทศก็ยังไม่ฟื้นตัว โดยในช่วง 5 เดือนแรกของปี มูลค่าการส่งออกขยายตัวเพียงร้อยละ 2.0 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนเท่านั้น

หลังจากนั้นรัฐบาลได้ประกาศให้ค่าเงินบาทลอยตัวเมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม 2540 และประกาศเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มจากร้อยละ 7 มาเป็นร้อยละ 10 เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2540 ตามคำแนะนำของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ซึ่งเข้ามาช่วยฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจไทยและได้อนุมัติเงินช่วยเหลือจำนวน 3.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2540 ทำให้ความเคลื่อนไหวของราคาสินค้าหลายชนิดในท้องตลาดได้ขยับตัวสูงขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าราคาสินค้าอาหารสดยังมีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แม้ว่าสินค้าเหล่านี้จะไม่ได้นำเข้าจากต่างประเทศและไม่ถูกเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ก็ตาม แต่เนื่องจากสินค้าเหล่านี้ยังจำเป็นต้องมีการขนส่ง ต้องใช้น้ำมัน ในขณะที่น้ำมันมีราคาสูงขึ้น จึงส่งผลให้ต้นทุนของราคาขายสินค้าสูงขึ้นตามไปด้วย

ปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นกับเศรษฐกิจไทยอีกประการหนึ่งคือ ปัญหาการขาดดุลบัญชีเดินสะพัดที่เกาะกินระบบเศรษฐกิจไทยมาเป็นเวลา 2 ปีเต็ม คือในปี 2538 - 2539 ปัญหาการขาดดุลบัญชีเดินสะพัดของไทยสูงมากถึงร้อยละ 8 ต่อ GDP จึงมีผลบั่นทอนเสถียรภาพและความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้เลวร้ายลงมากในปี 2540 ซึ่ง IMF ประเมินให้ระบบเศรษฐกิจไทยสามารถลดยอดขาดดุลบัญชีเดินสะพัดต่อ GDP ให้เหลือเพียงร้อยละ 5 ในปี 2540 และลดลงไปอีกที่ระดับร้อยละ 3 ในปี 2541 (กระแสทัศน์ บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด : กันยายน 2540) สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการที่ประเทศไทยต้องนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยจากต่างประเทศจำนวนมากในแต่ละปี อันสืบเนื่องมาจากการที่ผู้บริโภคภายในประเทศมีความต้องการและยังมีการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยซึ่งมีราคาแพงจากต่างประเทศ

รายการมูลค่านำเข้าของสินค้าฟุ่มเฟือยจากต่างประเทศ ปี 2538

(ข้อมูลจากกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ ปี 2539)

หมวดที่	รายการ	มูลค่านำเข้า ปี 2538 (ล้านบาท)
1	น้ำหอมและเครื่องสำอาง	1,194
2	กระเป๋าหนัง เข็มขัดหนัง	458
3	ผ้าทอทำด้วยขนสัตว์	909
4	สุท เศื่อ กระโปรง กางเกง เนคไท	193
5	รองเท้านัก รองเท้าผ้าใบ	337
6	เครื่องแก้วตกแต่งโต๊ะอาหาร	30
7	เครื่องประดับที่ทำด้วยคริสตัล	193
8	เลนส์	773
9	แว่นตา	137
10	กล้องถ่ายรูป และอุปกรณ์	1,392
11	นาฬิกา และอุปกรณ์	2,160
12	ปากกา และอุปกรณ์	739
13	ไฟแช็ค และอุปกรณ์	74

ตลอดเวลาที่ผ่านมา รัฐบาลได้มีมาตรการสกัดกั้นการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือย ด้วยการตั้งกำแพงภาษีนำเข้าให้สูง แต่ก็อาจส่งผลกระทบต่อคนในเชิงลบได้ อาทิ มีการลักลอบนำเข้าสินค้าดังกล่าวเป็นจำนวนมาก ซึ่งทำให้รัฐต้องสูญเสียโอกาสในการรับรายได้จากภาษีมูลค่าเพิ่มในกรณีที่มีการจำหน่ายในประเทศไป แต่เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2539 กระทรวงการคลังได้กำหนดมาตรการลดภาษีนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือย 13 รายการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อคนไทยกลุ่มใหม่

ที่มีการใช้จ่ายอย่างฟุ่มเฟือยขึ้นมาอีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งนอกจากจะไม่เป็นผลดีต่อประเทศในระยะยาวแล้ว ยังเป็นการเพิ่มยอดการนำเข้าสินค้ามากขึ้น อันหมายถึงดุลการค้าจะขาดดุลมากขึ้น เพราะสินค้าฟุ่มเฟือยเหล่านี้ส่วนใหญ่ยังต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ ดังนั้นการลดภาษีนำเข้าสินค้ารายการดังกล่าวเพื่อช่วยให้สินค้าเหล่านี้มีราคาถูกลงจึงไม่ใช่ปัจจัยเดียวที่จะสร้างแรงจูงใจให้คนไทยหันมาเที่ยวและใช้จ่ายในเมืองไทยมากขึ้น เพราะคนไทยกลุ่มนี้มักนิยมซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยจากต่างประเทศที่ล้ำสมัยโดยไม่เกี่ยงราคาว่าจะสูงเพียงใด สินค้าฟุ่มเฟือย 13 รายการตามประกาศของทางราชการ ครอบคลุมสินค้านี้ดังต่อไปนี้ :

- | | |
|---------------------------------|------------------------------|
| - ธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม | - ธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง |
| - ธุรกิจรองเท้า | - ธุรกิจเครื่องสำอาง |
| - ธุรกิจกล้องถ่ายภาพและเลนส์ | - ธุรกิจแว่นตา |
| - ธุรกิจปากกา | - ธุรกิจไฟแช็ก |
| - ธุรกิจนาฬิกาข้อมือ | - ธุรกิจเครื่องแก้วเจียรไน |
| - ธุรกิจเครื่องประดับเทียม | |

นอกจากนี้ยังมีการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เพื่อแสดงทัศนะทางเศรษฐกิจด้านต่าง ๆ ภายหลังจากที่กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ได้ให้ความช่วยเหลือแก่รัฐบาลในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ โดยทำการสำรวจแบบเชิงคุณภาพจำนวน 100 ตัวอย่าง ผลการสำรวจความคิดเห็นต่อทางออกในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจไทยที่ทรุดตัวอย่างรุนแรงในปัจจุบัน สามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ดังนี้ (กระแสทัศน์, บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด : สิงหาคม 2540)

1. ดัดทอนงบประมาณรายจ่าย และประหยัดการใช้จ่ายอย่างจริงจัง
2. เร่งกระตุ้นการส่งออก/ลดการนำเข้า
3. เร่งปรับโครงสร้างการผลิต/เร่งพัฒนาคุณภาพสินค้า
4. เร่งสร้างความเชื่อมั่นและศรัทธากลับคืนมาโดยเร็ว
5. เร่งระดมเงินออม
6. เร่งจัดการฉ้อราษฎร์บังหลวง
7. รักษาวินัยการเงิน-การคลังอย่างเคร่งครัด
8. ขึ้นภาษีสินค้าฟุ่มเฟือย
9. รัฐบาลต้องมีความตั้งใจจริงในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ
10. รัฐบาลต้องให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนอย่างตรงไปตรงมา

จะเห็นได้ว่าทั้งนโยบายของภาครัฐ และภาคเอกชนก็ดี หรือผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนก็ดี ล้วนมีความเห็นพ้องต้องกันว่าควรมีการร่วมและเร่งรณรงค์ให้คนไทย

หันมาประหยัด และลดการใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยจากต่างประเทศ ซึ่งนอกจากจะเป็นการสูญเสียเงินตราต่างประเทศแล้ว ยังทำให้เป็นการเพิ่มภาวะการขาดดุลบัญชีเดินสะพัด ซึ่งจะเป็นผลเสียโดยตรงต่อเศรษฐกิจของประเทศ

ดังนั้นในยุคที่ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยกำลังวิกฤตและย่ำแย่ ราคาสินค้าปรับตัวเพิ่มขึ้น ในขณะที่รายได้ถดถอยลง ทำให้ทุกคนต้องร่วมใจประหยัด รู้จักเลือกใช้สินค้า และเลือกใช้จ่ายอย่างมีเหตุผล ทั้งนี้เพื่อความอยู่รอดของทุกคนในประเทศ อย่างไรก็ตามรัฐบาลซึ่งถือว่าเป็นหัวเรือใหญ่จะต้องเป็นผู้นำในการประหยัด และหันมาส่งเสริมการใช้สินค้าไทยอย่างจริงจัง

ซึ่งจะเห็นได้ว่าในภาครัฐได้มีการออกสื่อต่าง ๆ เพื่อรณรงค์ในเรื่องความประหยัด ภายใต้คำขวัญว่า “ไทยช่วยไทย กินของไทย ใช้ของไทย เทียวเมืองไทย ร่วมใจประหยัด” โดยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต่าง ๆ ร่วมสนับสนุนแนวนโยบายนี้ เช่น กระทรวงศึกษาธิการได้จัดทำแผนอบรมครูให้สอดคล้องกับแผนหลักในการปฏิรูปครู เพื่อลดการอบรมที่ซ้ำซ้อน รวมทั้งงดการให้รางวัล การจัดเลี้ยงครูใกล้เกษียณ เพื่อเป็นการประหยัดงบประมาณ นอกจากนี้ยังได้จัดประกวดเขียนเรียงความในหัวข้อเรื่อง “ไทยช่วยไทย กินของไทย ใช้ของไทย เทียวเมืองไทย ร่วมใจประหยัด” สำหรับนักเรียนระดับประถม มัธยมศึกษา และระดับอุดมศึกษา โดยมอบหมายให้กรมที่มีสถานศึกษาทุกกรมดำเนินการ และให้สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ จัดประกวดในระดับชาติ (ไทยรัฐ, 5 สิงหาคม 2540) นอกจากนี้ ทบวงมหาวิทยาลัยได้ขอความร่วมมือให้สถาบันอุดมศึกษาทั้งรัฐและเอกชนทุกแห่งรณรงค์เรื่องคุณธรรม จริยธรรม การนิยมสินค้าไทย และการอดออม (ไทยรัฐ, 5 สิงหาคม 2540) สำหรับสำนักกำกับและอนุรักษ์พลังงาน กรมพัฒนาและส่งเสริมพลังงาน ได้ลงโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ด้วยคำขวัญเชิญชวนว่า “ไทยช่วยไทย กำไรเพิ่ม” (ไทยรัฐ, 9 กันยายน 2540) ร้านค้าเคเอฟซีได้ลงโฆษณา 1 หน้ากระดาษหนังสือพิมพ์ด้วยข้อความว่า “ลงประชามติประหยัดทุกวัน” (ไทยรัฐ, 7 สิงหาคม 2540) และสถานีรถปรับอากาศ (ปอ.) ได้ติดป้ายผ้าประกาศเชิญชวนด้วยข้อความว่า “ไทยช่วยไทย กินใช้ของไทย เทียวเมืองไทย ไปรถเมล์”

ดังนั้นวิถีชีวิตในสังคมยุคเศรษฐกิจเผชิญวิกฤตการณ์ครั้งใหญ่ ที่บีบบังคับให้ผู้คนต้องปรับตัวในการดำเนินชีวิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ภายใต้ความประหยัด (วิรัตน์ แสงทองคำ, ผู้จัดการรายวัน, 30 กันยายน 2540) และคงเป็นเรื่องที่น่ากลัวไม่น้อยหากปรากฏความเป็นจริงว่าความไม่ประหยัด ส่วนหนึ่งเกิดจากการใช้เงินอย่างไม่ถูกต้องและหมดไปกับสิ่งไร้สาระ การที่จะให้คนไทยเป็นคนที่ประหยัดได้จึงเป็นเรื่องของการเปลี่ยนลักษณะนิสัยพฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิต ค่านิยม การวัดคุณค่าของคนในสังคม เป็นสิ่งที่ต้องสอนให้เกิดขึ้นในสังคม (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2540)

การศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารครั้งนี้ได้มุ่งประเด็นข่าวสารในเรื่องความ
ประหยัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งความประหยัดต่อการใช้สินค้าฟุ่มเฟือยจากต่างประเทศ เช่น สินค้า
แฟชั่น Brand Name ที่มีราคาแพงจากต่างประเทศ ของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในเขต
กรุงเทพมหานคร ซึ่งสินค้าแฟชั่น Brand Name จากต่างประเทศที่นำเข้ามาจำหน่ายในประเทศ
นั้น ถูกนำเข้ามาจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยสามารถแบ่งประเภทของสินค้าเหล่านี้เป็นเขตได้
ดังนี้ (พิชัย นิรมานสกุล, 2539)

สินค้าจากอเมริกา	Banana Republic, Calvin Klien, Clinique, DKNY, Espada, Escape, Guess, Gap, Harley Davidson, Jag, Lee, Levi's, Mc, Next, Polo Ralph Laurent, Replay, Ray Ban, Sisley, Wrangler
สินค้าจากยุโรป	Anne Klien, Bally, Body Shop, Byblos, Benetton, Christian Lacroix, Cartier, Chevignon, Nino Cerruti, Christian Dior, Chanel, Charles Jourdan, Celine, Dolce & Gabbana, Elle, Esprit, Estee Lauder, Episode, Emporio Armani, Ferragamo, Fendi, Gucci, Giorgio Armani, Guy Laroche, givenchy, Hermes, Iceberg, Jean Paul Gautier, Jessica, Joseph Tricot, Louis Vuitton, Lanvin, Moschino, Marks & Spencer, Maxmara, Mexx, Morgan, Nina Ricci, Ozbek, Paco Rabanne, Pierre Balmain, Pierre Cardin, Prada, Sonia Rykiel, St. Michael, Tag Huauer, Themes, Tiffany, Emmanuel Ungaro, Valentino, Versace, Vivienne Westwood, Versus, Yves Saint Laurent
สินค้าจากเอเชีย	Issey Miyaki, Itokin, Kanebo, Kenzo, Kookai, Hanako, Hanae Mori, Shiseido

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารในเรื่องการประหยัดในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ของกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสารในเรื่องการประหยัด ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ของกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารในเรื่องการประหยัด กับการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ของกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสาร ในเรื่องการประหยัด กับการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ของกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร

ปัญหาหน้า

1. กลุ่มวัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารในเรื่องการประหยัดในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
2. กลุ่มวัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสาร ในเรื่องการประหยัดในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
3. การเปิดรับข่าวสารในเรื่องการประหยัด มีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ของกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานครหรือไม่ อย่างไร
4. ทัศนคติเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสารในเรื่องการประหยัด มีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ของกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานครหรือไม่ อย่างไร

สมมติฐานการวิจัย

1. กลุ่มวัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารในเรื่องการประหยัดในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ที่แตกต่างกัน
2. กลุ่มวัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสารในเรื่องการประหยัดในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ที่แตกต่างกัน
3. การเปิดรับข่าวสารในเรื่องการประหยัด มีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ
4. ทัศนคติเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสารในเรื่องการประหยัด มีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรเป้าหมายของการวิจัยครั้งนี้ ครอบคลุมเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นซึ่งมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 15 - 21 ปี และเป็นกลุ่มที่มีที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่คาดว่าจะมีการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศมากที่สุด

นิยามศัพท์ในการวิจัย

กลุ่มวัยรุ่น หมายถึง กลุ่มที่มีช่วงอายุอยู่ระหว่างประมาณตั้งแต่ 12 ปี ถึงเจริญเต็มที่คือ 25 ปี ตามหลักวิชาสาขาจิตวิทยาพัฒนาการปัจจุบัน (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2523) โดยการวิจัยครั้งนี้ จะกำหนดกลุ่มวัยรุ่นที่การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับปริญญาตรี ซึ่งมีอายุเฉลี่ยระหว่าง 15 - 21 ปี

ลักษณะทางประชากร หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของสถานศึกษา เงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน บุคคลที่พักอาศัยด้วย และการเป็นเจ้าของทรัพย์สินประเภทรถยนต์

การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ความบ่อยครั้งของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ ป้ายโฆษณา ไปสเตอร์ แผ่นพับ และสื่อบุคคล ได้แก่ คนในครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก เป็นต้น

ทัศนคติเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสาร หมายถึง ความมากน้อยสำหรับการรับรู้ หรือ ตีความหมายของข่าวสารที่ได้พบตามประสบการณ์ ซึ่งหมายถึงสิ่งที่เรารับรู้ พบเห็น มีความหมาย และจดจำไว้ใช้ รวมถึงความคิดเห็นที่จะนำประโยชน์จากข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับการประหยัดไปใช้จริงในชีวิตประจำวัน โดยลดการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศ

การประหยัด หมายถึง การรู้จักอดออม การรู้จักบริโภคสินค้าเท่าที่จำเป็น และลดการใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือย

การซื้อสินค้า หมายถึง ขั้นตอนของการยอมรับที่ต่อเนื่องมาจากการรับรู้และการตัดสินใจ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในการซื้อขั้นสุดท้าย

วิกฤตเศรษฐกิจ หมายถึง ภาวะในปัจจุบันที่เศรษฐกิจของประเทศตกต่ำในทุกด้าน ต่อเนื่องมาเป็นเวลานาน และสะสมจนถึงจุดที่อันตราย ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน

สินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศ หมายถึง สินค้าที่ไม่ค่อยมีความจำเป็น หรือมีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวันในระดับต่ำ แต่มีราคาสูงเกินกว่ามูลค่าความเป็นจริงของตัวสินค้านั้น ซึ่งในที่นี้รวมถึงเป็นสินค้าที่มี Brand name ที่มีราคาแพงและนำเข้ามาจากต่างประเทศ ได้แก่ เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า นาฬิกา และเครื่องสำอาง เป็นต้น

ข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่นิยมใช้สินค้าฟุ่มเฟือยจากต่างประเทศ และมีที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งเน้นศึกษาลักษณะทางประชากร การเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสาร กับการซื้อสินค้าของกลุ่มวัยรุ่นเท่านั้น

ดังนั้นจึงไม่สามารถ นำผลของการวิจัยในครั้งนี้ ไปอธิบายปัจจัยดังกล่าวที่มีผลต่อการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศได้อย่างครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงประสิทธิผลของข่าวสารในเรื่องการประหยัด ที่ถ่ายทอดผ่านสื่อต่าง ๆ ว่าสามารถเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นเพียงใด
2. ทำให้ทราบสถานการณ์การใช้สินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศ ของกลุ่มวัยรุ่นในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจปัจจุบัน
3. นำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ประโยชน์ และเป็นข้อมูลพื้นฐานในการรณรงค์ให้กลุ่มวัยรุ่นรู้จักการประหยัด และลดการใช้สินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศ
4. นำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ประโยชน์ และเป็นข้อมูลพื้นฐานทางวิชาการสำหรับผู้ที่ต้องการทำโครงการรณรงค์เพื่อให้กลุ่มวัยรุ่นหันมาใช้สินค้าที่ทำในประเทศไทย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย